

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический
университет»
Институт гуманитарного и социально-экономического образования
Кафедра менеджмента

К защите допускаю

Зав. кафедрой менеджмента

_____ В.А. Шапошников

« ____ » _____ 2017г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

**Исследование и разработка способов повышения
конкурентоспособности компании в сфере развлекательных услуг**

Исполнитель:

студент группы МР-411п

_____ А.С. Едигарьева
подпись

Руководитель:

канд. техн. наук, доцент

_____ А.С. Сипер
подпись

Нормоконтролер:

канд. экон. наук, доцент

_____ М.М. Микушина
подпись

Екатеринбург
2017

АНОТАЦИЯ

Выпускная квалификационная работа выполнена на 68 страницах, содержит 8 рисунков,

28 таблиц, 33 источника литературы, а также 2 приложения на 8 страниц.

Ключевые слова: фирма по организации праздников, конкурентоспособность предприятия, маркетинговая деятельность, рынок досуговых услуг, конкуренты, предприятие.

Объектом исследования выступает Индивидуальный предприниматель (ИП) Лемберская - «КаравайТМ»

Предметом исследования выступает изучение конкурентоспособности компании ИП Лемберская - «КаравайТМ».

Целью работы является оценка и анализ уровня конкурентоспособности компании по организации праздников ИП Лемберская - «КаравайТМ» в сфере развлекательных услуг, а также предложить мероприятия для повышения конкурентоспособности данного предприятия.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	7
1. АНАЛИЗ РЫНКА В СФЕРЕ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ	10
1.1. Региональный рынок развлекательных услуг	13
1.2. Рынок города Екатеринбурга в сфере развлекательных услуг– организация праздников.....	17
2.АНАЛИЗ ПРЕДПРИЯТИЯ ИП ЛЕМБЕРСКАЯ «КАРАВАЙТМ».....	24
2.1 Информация о компании «КаравайТМ».....	24
Цели, задачи, миссия предприятия	24
2.2 Анализ конкурентоспособности.....	38
2.3. Анализ финансово-экономической деятельности компании ИП Лемберская «КаравайТМ»	46
2.4. Маркетинговый анализ предприятия «КаравайТМ».....	50
3. РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ КОМПАНИИ «КАРАВАЙТМ»	57
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	67
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	69
ПРИЛОЖЕНИЕ	72
ПРИЛОЖЕНИЕ №1	72

ВВЕДЕНИЕ

Маркетинговая среда любой фирмы состоит из микросреды и макросреды. Конкуренты компании составляют большой процент составляющей маркетинговой микросреды организации. Если не изучать данную среду, будет не возможна разработка стратегий и тактики функционирования организации на рынке любой сферы. Наличие конкурирующих фирм порождает такое явление как конкуренция. Конкурентная борьба – это соперничество самостоятельных экономических субъектов за ограниченные экономические ресурсы. Это экономический процесс взаимодействия, связи и борьбы между выступающими на рынке фирмами в целях предоставления лучших возможности реализации собственного продукта, удовлетворяя различные потребности покупателей.

Чтобы организация могла обеспечить себе продолжительную жизнь на рынке она должна выстроить для себя чётко определённые задачи, цели и чёткое представление о том, чего они хотят добиться. Не мало важно учитывать то, какие средства компании потребуются для достижения поставленной цели. Всё это организация может получить с помощью стратегического управления. Данное управление требует от руководителей активно использовать приёмы стратегического управления, а также разработки стратегических планов. Очевидно, что выстроенная стратегия должна подстраиваться к изменению условий. Главная задача стратегии – влиться в окружающую среду наиболее выгодным способом для компании и что не мало важно соответствовать ей.

Дипломная работа посвящена актуальной проблеме - повышению конкурентоспособности организации.

Целью выпускной квалификационной работы является оценка и анализ уровня конкурентоспособности компании ИП Лемберская «КаравайТМ» в сфере развлекательных услуг, а также предложить мероприятия для повышения конкурентоспособности данного предприятия.

Исходя из цели выпускной квалификационной работы необходимо решить ряд следующих задач:

1) Проанализировать рынок, на котором находится предприятие (рынок развлекательных услуг)

2) Рассмотреть основную деятельность компании «КаравайТМ», а так же провести анализ финансового состояния компании.

3) Дать анализ маркетинговой деятельности компании «СВ-ПРО»

4) Проанализировать конкурентов компании «КаравайТМ» по 4 параметрам

-предоставляемые услуги предприятия

-предоставляемые дополнительные услуги

-ценовая политика компании

-масштаб деятельности предприятия

5) Разработать основные направления повышения конкурентоспособности предприятия «КаравайТМ».

Объектом ВКР выступает Индивидуальный предприниматель Лемберская «КаравайТМ»

Предметом ВКР выступает процесс изучения конкурентоспособности компании ИП Лемберская «КаравайТМ»

Методы, применяемые при выполнении анализа:

1) Анализ по модели Майкла Портера

2) SWOT – анализ

3) Метод сравнительного анализа

4) Анализ интернет-источников

На протяжении написания всей работы я постараюсь выявить недостатки фирмы по сравнению с её конкурентами и предложить эффективный ряд мероприятий для повышения конкурентоспособности компании.

Разработанные мероприятия по повышению конкурентоспособности компании ИП Лемберская «КаравайТМ» предложенные в третьей главе, можно применить на практике.

При применении предложенных рекомендации компания сможет увеличить долю рынка, поток клиентов, а также сформировать достойный имидж компании, что поможет дальнейшему функционированию компании на высоком уровне.

1. АНАЛИЗ РЫНКА В СФЕРЕ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Сфера предложений и услуг как высоко динамичная область экономики просчитывается во всех направлениях человеческой деятельности, обеспечивая обстоятельства для развития общества. Она обеспечивает комфортные условия для проживания, развлечений и отдыха. Особенное место в сфере предложений отводится предложениям культурно-досугового нрава, которые оказывают прямое и косвенное воздействие на становление личности и общества в целом, открывают креативный потенциал человека, помогают его умственному и физиологическому развитию.

В этой сфере существует множество услуг, широкий спектр-досуговые услуги, отличающиеся социальной направленностью, формами предоставления, способами и методами регулирования, и финансовой поддержкой государства.

Создаваемое производство многих услуг имеет малый срок окупаемости (от полугода до года) и доступно для не очень состоятельных инвесторов (организация дискотек, проведение выставок, физкультурно-оздоровительные услуги). В погоне за лёгкой прибылью почти все предприниматели не делают поставленные технические общепризнанных мерок, собственно, что приводит к потере качества, понижению значения защищенности и, в то же время, подъему тарифов на предложения услуги. В то же время ряд предложений требует серьёзных капитальных вложений (концертные залы, театры, парки культуры) и содержит довольно большой (3–5 лет) срок окупаемости, собственно, что вызывает боязнь в целесообразности вложений.

За рубежом услуги отдыха и развлечений выделяют в отдельную группу, входящие в так называемые потребительские услуги.

Фирмы и предприятия разных видов развлечения, отдыха и культуры условно разделяются на три категории:

Первая категория: театры и студии, кинотеатры всех видов и рангов, музыкальное обслуживание и оркестры, танцевальные залы, студии, музыкальные автоматы в местах общественного пользования.

Вторая категория: предприятия, организующие активный отдых для населения: плавательные бассейны, роликовые и ледяные катки, тир, школы верховой езды, клубы игры в гольф, бейсбольные и футбольные клубы, площадки для игры в кегельбан, парки отдыха, прокатные станции лодок

и каноэ, пляжи, стадионы, легкоатлетические поля и т. д.

Третья категория: азартные игры.

Первая группа предприятий по объему затрат на их развитие наиболее значительна в обслуживании населения. На ее долю приходится 46 % всей выручки предприятий и 50 % занятых в сфере отдыха и развлечения. В культурном обслуживании населения главную роль играют кинотеатры, однако они теряют свои позиции. Общая выручка от демонстраций кинофильмов сокращается.

На посещение театров, оперы, симфонических и прочих концертов население тратит почти в 1,5 раза меньше средств, чем на посещение кинотеатров.

Предприятия, предоставляющие услуги для активного отдыха, забирают у населения 45 % расходов, которые тратятся на все виды развлечения и отдыха. Для этой подгруппы услуг принято рассчитывать количество, приходящееся на 1 млн жителей, плавательных бассейнов, пляжей, ледяных и роликовых катков, прокатных станций лодок и каноэ, клубов по игре в гольф, школ верховой езды, площадок для игры в кегельбан и т. д.

Кроме того, учитывается число спортивных сооружений, стадионов, легкоатлетических, бейсбольных и футбольных полей и других сооружений, рассчитанных на проведение массовых зрелищ.

Среди населения популярно времяпрепровождение, связанное с более или менее длительным пребыванием на лоне природы. В активном отдыхе большую роль играют национальные парки и заповедники, широкому пользованию которыми помогают хорошо развитые средства транспорта. Растет число посещений национальных парков и с целью лагерного, походного туризма, рыбной ловли, охоты, плавания по рекам, озерам и занятия зимними видами спорта. На долю разнообразных видов активного отдыха приходится около 50 % всех посещений.

К сожалению, в России не принято выделять досуговые услуги в отдельную группу, но относящиеся к ним по своей сути услуги включены в те или иные группы платных услуг «Общероссийского классификатора услуг населению».

Основным признаком или параметром отнесения услуги в группу досуговых принята ее принадлежность к развивающим и/или развлекательным услугам, потребляемым в свободное от работы и учебы время.

В подгруппу развлекательных досуговых услуг входят услуги дискотек, ночных клубов, аттракционов, игорного бизнеса, различные шоу и спортивные зрелища, спортивная охота, рыбалка и т. п.

Подгруппа развивающих услуг имеет более сложную структуру и дополнительные классификационные параметры.

С целью выделения конкретных видов развивающих услуг досугового характера можно выбрать параметр, характеризующий направление или цель развития. Такими целями являются:

- тело (спортивно-оздоровительные услуги);
- ум (информационно-познавательные услуги);
- вкус (эстетические услуги);
- различные навыки (обучающие услуги), которые, в свою очередь, делятся на: профессиональные, хозяйственные, этические и др.

Включение услуг библиотек и читальных залов в структуру платных также обусловлено объективными причинами: как показывают различные исследования, в условиях снижения государственного финансирования, многие библиотеки вынуждены переходить на платный характер обслуживания читателей.

Нужно отметить, что досуговые услуги являются важнейшей составляющей так называемой социальной экономики, категории чрезвычайно многогранной, охватывающей обширный круг экономических объектов и процессов. В связи с этим изучение потребностей людей в области проведения досуга является частью социальной экономики, которая изучает, исследует, анализирует природу возникновения потребностей в тех или иных досуговых услугах, потребительские запросы, структуру потребления услуг, выделяет потребности различных социальных групп, регионов с учетом разнообразия самих потребностей и потребителей услуг досуга. [11]

Так как социальная экономика ориентирована на человека, призвана способствовать удовлетворению его запросов, интересов, потребностей, то о ее состоянии и развитии судят по тому, как живут люди, а, соответственно, и по тому, как они работают и проводят свой досуг. При всем многообразии жизненных проявлений можно сформировать общее представление об условиях, в которых работают и отдыхают люди, о том, насколько они довольны этими условиями. Все это вместе взятое определяет качество жизни.

1.1. Региональный рынок развлекательных услуг

По подсчетам департамента стратегического анализа компании «ФБК (Финансовые и бухгалтерские консультанты)», из-за новогодних каникул ВВП России уменьшается на 600 — 700 млрд рублей. Но, как утверждает одна известная песня, «кто-то теряет, а кто-то — находит». Это самая горячая

пора для компаний, занимающихся организацией праздников, — ивент-компаний. Если идеи для частных вечеринок ограничиваются приглашениями Деда Мороза, то празднованию корпоративного Нового года уделяется гораздо больше внимания. Правда, массовые требования сводятся в основном к четырем составляющим: по выражению одного блоггера, «все хотят новогоднего куража, карнавала, драйва и водки». Стандартный спрос формирует стандартное предложение — организацию алкогольного застолья с приглашением коллектива «песни и пляски». Заказчиков на корпоративные вечеринки с более высокими требованиями и соответственно большими бюджетами — пока единицы.

Самый выгодный для ивенторов вид отдыха — корпоративные праздники. В России принято с размахом отмечать как минимум три события: Новый год, день создания фирмы и отраслевой праздник.

В 2006 году российские ивенторы заработали порядка 420 млн долларов. Объем московского рынка на конец 2007 года, по информации руководителя отдела маркетинга экспертно-консультационного центра «Инвест-проект» (Москва) Алексея Лумпова, составил около 174 млн долларов. Питерский рынок существенно меньше — 59 млн долларов. Обороты уральских ивенторов еще скромнее. По подсчетам генерального директора праздничной компании «Колесница судеб» (Екатеринбург) Тимура Бикбова, в этом году уральские ивенторы заработали около 50 млн долларов (в прошлом году, по оценке генерального директора фирмы «Интершоу» Сергея Горшкова, — 30 млн долларов). Получается, динамика около 60%. Однако другой участник уральского рынка, генеральный директор компании «Праздник всем» Леонид Брезгин, считает, что рынок рос темпами в 25 — 30% в год. Выяснить, кто ближе к истине, невозможно: официальной статистики нет, ивент-услуги включены в показатель «услуги населению» и отдельно не учитываются. Если опираться на экспертные оценки, в 2006 году выручка уральских ивенторов составляла 7% от общероссийского показателя

(для сравнения: такой же молодой уральский рынок аудиторских услуг составляет около 3% российского).

Директор курганского агентства «Новая параллель» Татьяна Назейкина отмечает, что в ее компании выручка за год увеличилась в 3 — 4 раза. В Перми, Оренбурге и Челябинске ивенторы появились лет пять назад, темпы роста их выручки составляют 30 — 40%. У фирм, созданных более пяти лет назад, она устойчиво увеличивается на 20 — 30% в год. Однако эти показатели весьма относительны: прирост у молодых компаний считается практически от нуля. При том что цены на уральском рынке на 25 — 30% ниже московских, уральским клиентам далеко до сумм, которые руководители столичных фирм готовы тратить на развлечение сотрудников. Если в Москве стоимость вечеринки для крупных компаний начинается от 200 тыс. долларов, то на Урале готовых потратить такие деньги нет. Максимальная стоимость вечеринки, проведенной, например, «Интершоу», составила 120 тыс. долларов (3 млн рублей). В среднем 80% фирм тратят на корпоратив «под ключ» от 60 до 150 тыс. рублей, 20% — от 150 до 300 тыс. рублей. Минимум в Кургане и Оренбурге — 6 — 7 тыс. рублей (ведущий на вечер), в Челябинске — 8 тыс. рублей, в Екатеринбурге — 10 тыс. рублей. Предновогодняя эйфория заставляет клиента платить больше. Гонорары артистов перед Новым годом в среднем увеличиваются на 100 — 300%, стоимость технического обеспечения — на 50%. Директор Alt Prestige (Пермь) Татьяна Прокопчук отмечает, что цены, выросшие к Новому году, в послепраздничный период не опускаются.

Крупные федеральные игроки пока не начали серьезной экспансии в регионы. Как правило, они идут в города, где нет сильных местных компаний, — Пермь, Оренбург, Уфу и Ижевск. В Екатеринбурге и Тюмени местные участники вполне способны сами удовлетворить запросы как по программной, так и по технической части. Здесь федеральные, а иногда и зарубежные организаторы появляются лишь на фестивалях, проходящих по

всей стране (Snickers Urbania, например), а также на концертах звезд мирового масштаба.

Крупнейшие компании Урала сосредоточены в столицах субъектов федерации: в Екатеринбурге — «Праздник всем», «Интершоу» и «Колесница судеб»; в Челябинске — «Праздник», «Ваш праздник» и «Ситишоу»; в Оренбурге — «Фиеста» и «Урал-Экспо»; в Кургане — «Новая параллель»; в Перми — «Кучер» и Alt Prestige; в Тюмени — «Маргарита-Арт». При помощи выездной организации мероприятий они активно осваивают соседние рынки. Так, «Интершоу» проводит праздники от Петрозаводска до Новокузнецка, «Праздник всем» имеет филиалы в Москве и Санкт-Петербурге, а «Маргарита-Арт» работает в ХМАО и ЯНАО. Таким образом компании пытаются стать своего рода брендами, известными на большей территории.

Самая большая сложность для ивенторов — создать такой праздник, чтобы коллективному заказчику было весело и без алкоголя. Однако если клиенту потребуется, организаторы вечеринки готовы и напоить гостей до бессознательного состояния. Генеральный директор Арт Шоу Центр (Москва) Евгений Соломин: «Нам приходилось делать потрясающий новогодний бал для рабочих металлургических заводов группы компании ЧТПЗ, где люди были счастливы от самого действия и без выпивки. А на корпоративном мероприятии одного из министерств некоторые сотрудники упились так, что чуть до мордобоя не дошло. Ивент-компании, включающие в программу элементы корпоративной культуры, выстраивая соответственно сценарий мероприятий, выигрышной смотрятся на фоне организаторов пьянки-гулянки под фонограмму». [20]

Примеров нестандартных подходов к веселью без алкоголя уже немало. Руководитель отдела корпоративных праздников компании «Интершоу» Мария Овчинникова: «На этапе заполнения брифа выяснилось, что сотрудники компании считают себя “немного сумасшедшими”. Была предложена идея “сумасшедшего праздника”: сотрудникам пришлось

решить, кто они сегодня — наполеоны, чайники или микробы — и представиться остальной публике. Проводились соответствующие тематике конкурсы: буйное кидание друг в друга конфетами, попытка съесть подвешенный на резинке сыр, предварительно облачившись в смирительную рубашку и т.п.».».

Знание того, что и когда нужно сделать, выраженное в сценарии, — залог успеха любого праздника. Однако знание это неосознано, поэтому люди платить за него не готовы. Цены на сценарии в среднем составляют 5 —10 тыс. рублей, известный нам максимум — 50 тыс. рублей.

Для создания уникального праздника важны как идеи, так и технические новинки. Последняя «фишка» — проведение мероприятий в шатрах. Ее появление связано как с нехваткой ресторанных площадей для больших компаний, так и с возможностью создать неповторимую атмосферу.

[4]

1.2. Рынок города Екатеринбурга в сфере развлекательных услуг— организация праздников

Уральский рынок услуг организации праздников пока растет в основном количественно. Причины — низкий уровень спроса, отсутствие больших бюджетов и невысокие требования заказчиков.

На Урале спрос на организацию корпоративов появился на рубеже веков, и год от года желающих отдать веселье на аутсорсинг становится все больше: если в начале 2000-х на рынке Екатеринбурга присутствовало не больше полутора десятков игроков, то теперь — более 200. Правда, это экспертные оценки. Данные специалиста комитета по организации бытового обслуживания населения администрации Екатеринбурга Анны Саламатовой: фирм, занимающихся непосредственно организацией праздников, в городе 85-100, а всего тех, кто может предложить такие услуги, больше 360 (включая посредников).

Проведя кабинетное исследования, я выяснила что на 2017 год в городе Екатеринбурге существует 281 компания по организации досуга и праздников.

Из них 157 компаний занимаются непосредственно организацией торжеств и различных мероприятий, такие как детское день рождение, свадьба, новогодние елки и утренники; корпоративы, юбилеи, тренинги, выпускные и так далее. У таких компаний есть свои ведущие, фотографы, аппаратура и профессиональные актёры. Остальные 124 предприятия, которые относятся к этой же сфере, оказывают услуги иного рода. Это может быть аренда аттракционов, фотостудии, компании, организовывающие экстрим поездки и так далее.

С каждым годом число компаний, которые предоставляют услуги в сфере досуга, в городе Екатеринбург увеличивается.

В основе ценообразования фирм лежат два типа политики. Чаще всего, в стоимость праздника включена «скрытая комиссия» — плата за услуги фирмы. Фирмы прячут ее не от хорошей жизни: подготовки к празднику не видно, виден лишь результат, и отдельной строкой прописанную стоимость услуг клиент оплачивать не хочет. «В среднем фирмы берут 15% от бюджета, хотя цена может варьироваться от 5 до 50%, — поясняет директор Уральского праздничного портала Prazdnik-land.ru Наталья Скороходова. — Порой ивентор навскидку оценивает платежеспособность клиента и тогда озвучивает цену». [18]

Фирмы, недавно вышедшие на рынок, не гнушаются демпингом. Сумма услуги срезается за счет некачественного наполнения. Это чревато: среди клиентов работает сарафанное радио. Но нетребовательного к технической стороне праздника клиента подобные фирмы могут удовлетворить. Евгений Соломин напоминает: «Ивент — это прежде всего личностный бизнес. Зачастую именно от менеджера фирмы или от ведущего зависит то, обратится ли клиент вновь к услугам этой фирмы».

Пока рынок не занят, найти место на нем может как профессионал, так и любитель. В 90% фирм постоянно работают лишь два-три сотрудника, которые берутся за любые заказы. Именно из-за такой простоты входа в отрасль наблюдается количественный рост фирм. Рост конкуренции между ними неизбежно будет приводить к специализации. На столичном рынке такая тенденция уже проявляется. Растет число компаний, которые работают в специфических сегментах — например, устраивают фольклорные праздники. Таким образом, организаторы торжеств занимают ту нишу, где конкурентов пока нет. Заявки на специализацию есть и на Урале: например, екатеринбургская «Лига праздника» разделила свою деятельность на частное и корпоративное направления. Однако это скорее исключение, нежели правило: спрос в узких сегментах (например в организации детских праздников) пока очень неустойчив.

1.3. Математический факторный анализ. Модель 5 конкурентных сил Майкла Портера на рынке сферы развлекательных услуг

Оценка сил компании по организации праздников «КаравайТМ» проводится математически и в виде таблицы.

Таблица 1- Первая сила «Рыночная власть поставщика»

Показатели	Наличие(А)	Негативное влияние (В)	Возможность снижения(С)	Итог
Рыночная власть поставщика	7	3	4	6

В данную категорию я выделила следующие критерии для оценивания:

- 1.Количество поставщиков на рынке в сфере досуга.
- 2.Много ли покупателей у поставщиков «КаравайТМ».
- 3.Силён ли бренд поставщика на рынке, много ли между собой конкурирующих брендов.
- 4.Посталяют ли поставщики уникальные продукты?

5. Является ли отрасль предприятия ключевой для поставщиков?

Таблица 2 - Вторая сила «Рыночная власть покупателей»

Показатели	Наличие(А)	Негативное влияние (В)	Возможность снижения(С)	Итог
Рыночная власть покупателей	7	4	7	4

В данную категорию я выделила следующие критерии для оценивания:

- 1.Сколько покупателей в данной отрасли? Есть ли глобальные игроки?
- 2.Какое значения качества и услуг? Влияет ли ваша продукция на качество товаров и услуг ваших покупателей?
- 3.Легко ли клиентам поменять поставщика данной продукции?

Таблица 3 - Третья сила «Интенсивность конкуренции»

Показатели	Наличие(А)	Негативное влияние (В)	Возможность снижения(С)	Итог
Интенсивность конкуренции	5	3	2	6

В данную категорию я выделила следующие критерии для оценивания:

- 1.Происходит ли замедление темпов роста данной отрасли?
2. Наблюдаются ли выраженные индивидуальные характеристики продукции у существующих игроков?
- 3.Нарушается ли баланс между спросом и предложением в данной отрасли?

Таблица 4 - Четвёртая сила «Угроза появления новых игроков»

Показатели	Наличие(А)	Негативное влияние (В)	Возможность снижения(С)	Итог

Новые игроки	6	3	4	5
--------------	---	---	---	---

В данную категорию я выделила следующие критерии для оценивания:

- 1.Сложно ли выстроить каналы сбыта в данной отрасли?
- 2.На сколько клиенты преданы бреду компании и заметят ли они смену бренда?
- 3.На сколько легко доступны новые технологии фирмы?

Таблица 5 - Пятая сила «Угроза товаров заменителей»

Показатели	Наличие(А)	Негативное влияние (В)	Возможность снижения(С)	Итог
Услуги заменители	6	3	5	4

В данную категорию я выделила следующие критерии для оценивания:

- 1.Готовы ли покупатели к замене?
- 2.На много ли ниже цена предприятий, которые предоставляют услугу-заменитель?
- 3.Высоки ли затраты переключения на услугу-заменитель?

Таблица 6 – Итоговая таблица пяти сил Портера

Показатели	Наличие(А)	Негативное влияние (В)	Возможность снижения(С)	Итог
Рыночная власть поставщика	7	3	5	5
Рыночная власть покупателей	6	4	7	3
Интенсивность конкуренции	5	4	2	7
Новые игроки	6	3	4	5

Услуги заменители	6	3	5	4
-------------------	---	---	---	---

Критерии оценки производятся по десятибалльной системе. Итоговый рейтинг рассчитывается по формуле: $A + B - C$

Составив таблицу конкурентных сил компании «КаравайТМ» можно сделать вывод, что отрасль в которой работает компания привлекательна. Из таблицы видно, что в данной отрасли довольно высокая конкурентность-7 баллов и возможность возникновения новых игроков 5 баллов. Власть потребителя-3 балла-самый низкий показатель в таблице. Это означает что спрос на данные услуги достаточно высок. Возможность появления услуг заменителей ниже среднего. Рыночная власть поставщика на рынке, оказывает не сильное давление на фирму, фирма каждый раз может выбирать и искать новых поставщиков. [25]

Рекомендации

1.Влияние фирмы «КаравайТМ» в данной отрасли не велико. Можно разрабатывать предложения более высокого качества, но в сфере организации праздников, играет большую роль человеческий фактор. Проанализируем возможность снижения цены на некоторые услуги.

2. Возможность возникновения услуг заменителей мала так как данные предприятия предоставляют одни и те же услуги, отличающиеся какими-то мелкими организационными моментами. Рекомендуются реклама преимущества фирмы «КаравайТМ», мониторинг цен и услуг компаний конкурентов.

3.Предложение на рынке превышает спрос. Влияние данного фактора на данном этапе развития фирмы можно пренебречь.

4. Существует высокая возможность возникновения новых конкурентов в отрасли. Провести мероприятия по снижению привлекательности рынка для новых предприятий:

- повышать популярность бренда компании
- внедрять новые предложения для потребителей
- поиск новых клиентов, а именно больших компаний
- вкладывать инвестиции в поддержку самого товара-реклама

2.АНАЛИЗ ПРЕДПРИЯТИЯ ИП ЛЕМБЕРСКАЯ «КАРАВАЙТМ»

2.1 Информация о компании «КаравайТМ»

Цели, задачи, миссия предприятия

Целью данной фирмы является получение прибыли, за счёт качественной работы всего персонала «КаравайТМ»,формирование положительного статуса на рынке в сфере досуга.

Задачи фирмы «КаравайТМ»

1. Подведение итогов за определённый промежуток, с выделением наилучших сотрудников
2. Увеличение сплочённости всего коллектива и его единства
3. Представление заботы руководства о персонале «КаравайТМ»
4. Укрепление связи между руководством и сотрудниками
5. Укрепление товарищеских и деловых взаимосвязей среди работников
6. Развитие патриотических эмоций и положительных чувств у персонала компании
7. Укрепление связей между организацией и партнёрами и/или клиентами.

Миссия предприятия состоит в том, чтобы обеспечить жителей Екатеринбурга в качественной организации различного досуга, комфортным время проведением, при этом, отдавая все заботы и организацию в целом фирме. Это может быть организация Дней Рождений, свадеб, деловых бизнес-встреч и много другого, в чём нуждается общество.

Масштаб деятельности предприятия

Предприятие «КаравайТМ» было создано в 2010 году. За 6 лет с участием «КаравайТМ» Проведено более 800 детских дней рождений, удачно проведено более 300 свадеб, проведено более 50 юбилей и много всего другого . Особенность предприятия - социальная направленность. В

настоящее время компания старается увеличить поток клиентов, разрабатывает новые сценарии для проведения церемоний и набирает квалифицированных работников. Компания «КаравайТМ» осуществляют свою деятельность в городе Екатеринбург, но в то же время, специально для клиентов, могут приезжать в другие близ лежащие города.

Структура предприятия

На предприятии «КаравайТМ» существует линейная организационная структура.

Линейная организационная структура основывается на принципе единства распределения поручений, это означает, что право отдавать распоряжения имеет только тот, кто выше по статусу. Если соблюдать данный принцип, то на предприятии будет обеспечено единство управления. Данная организационная структура появилась в результате построения аппарата управления в виде иерархической структуры. Каждый руководитель имеет несколько подчинённых, а подчинённый имеет одного руководителя.

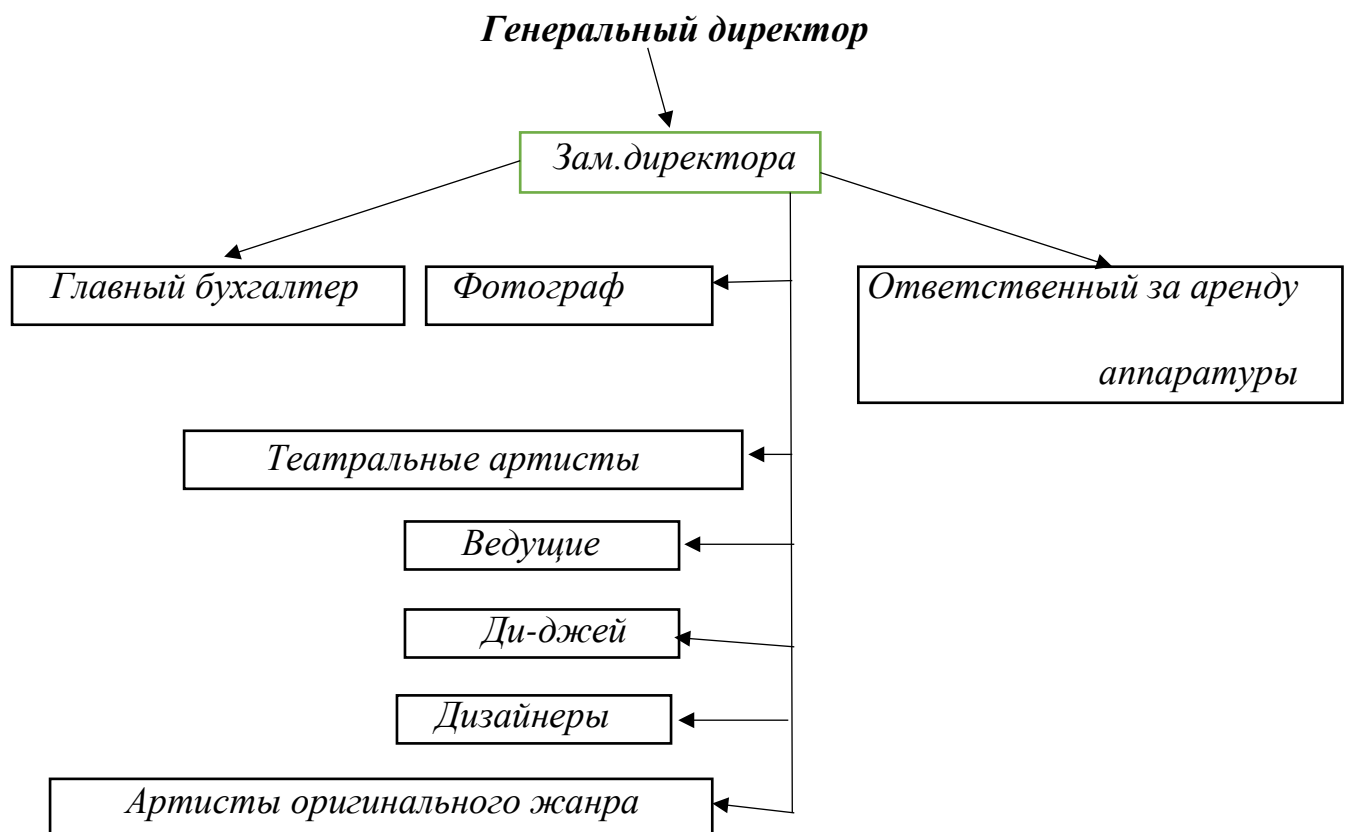


Рисунок 1 – Организационная структура предприятия

Сотрудники предприятия «КаравайТМ»

В обязанности генерального директора в компании «КаравайТМ» входит

- Координировать и организовывать работу компании «КаравайТМ».
- Обеспечение тесного и эффективного взаимодействия сотрудников всех сфер в компании.
- Разработка стратегий развития компании и реализация этих планов.
- Контроль формирования бюджета.
- Обеспечить эффективный документооборот и своевременно оповещать информацией всех сотрудников компании «КаравайТМ».

В обязанности заместителя генерального директора в компании «КаравайТМ» входит

- Организует работу и результативное взаимодействие всего персонала компании «КаравайТМ»
- Разработка и согласование совместно с директором предприятия планов:
 - развитие производства;
 - финансирования тех или иных мероприятий
- Контроль за своевременным представлением директору установленной отчетности.
- Право делегировать и поручать решение определенных вопросов другим должностным лицам.
- Утверждение штатного расписания.
- Право устанавливать должностные оклады и надбавки.
- Контроль за организацией работы по стимулированию персонала.

- Принимать меры по решению вопросов, которые относятся к финансово-экономической и производственной деятельности предприятия.
- Способствует осуществлению задач, которые связаны с текущей организационно-исполнительной работой всей организации.
- Обеспечение в полной мере всех обязательств предприятия перед партнёрами и клиентами.
- Реализация меры по соблюдению положительного отношения к финансовым и трудовым ресурсам.
- Контролировать финансовую и трудовую дисциплину на предприятии.

В обязанности главного бухгалтера в компании «КаравайТМ» входит

- осуществление бухгалтерского учета
- прием и контроль за всей первичной документацией
- расчет заработной платы
- осуществление операций, которые связаны с движением денежных и основных средств, а также различных товарных и материальных ценностей
- отчисление денежных средств в службы страхования, налоговую службу, профсоюзные или пенсионные фонды.

В обязанности фотографа в компании «КаравайТМ» входит

- Осуществление художественной, технической, портретной и др. съёмок
- Обработка фотоснимков на компьютере
- Сдача материала ровно в срок

В обязанности артиста в компании «КаравайТМ» входит

- Реализация сценария для предстоящих представлений
- Владелец необходимыми творческими навыками и способностями, а также актерским мастерством для реализации неповторимых сценических образов.

- Обладать внутренней и внешней актерской техникой, и разнообразием выразительных средств; посещать репетиции творчески подготовленным, усовершенствовать свое мастерство, самостоятельно заниматься; поддерживать хорошую внешнюю форму, соответствующую характеру исполняемых ролей;

В обязанности ведущего в компании «КаравайТМ» входит

- Создать особенный сценарий вечера, мероприятия для каждого клиента.

- Обладание необходимыми творческими способностями, а также актерским мастерством для создания неповторимых сценических образов.

- Заблаговременная подготовка реквизита, необходимого для проведения тех или иных мероприятия.

- Обязательным условием является опрятный внешний вид.

В обязанности ди-джея в компании «КаравайТМ» входит

- Проведение дискотек, помогает подготовить сценарий, в частности, художественное оформление музыкальной программы всего мероприятия, так же, обеспечить оформление светом, подобрать музыкальный репертуар для различных возрастных групп клиентов.

- Проведение дискотек, осуществление контроля за выполнением музыкальной программы.

В обязанности дизайнера в компании «КаравайТМ» входит

- Создать эскизы декора и согласовать их с клиентами
- Создать смету, в которой четко прописаны все пункты и конечная сумма

- Декор площадки в события (выполнение всех работ должно быть закончено до прибытия гостей на площадку)

В обязанности ответственного за аренду аппаратуры в компании «КаравайТМ» входит

- Организовывать разработку и ведение необходимой документации по вопросам аренды той или иной техники

- Ответственный за доставку аппаратуры в срок в оговоренное место.

В обязанности администратора в компании «КаравайТМ» входит

- Создать все необходимые комфортные условия для клиентов «КаравайТМ»

- Вести все виды клиентских баз, а также предпринимать меры по их эффективному увеличению.

- Улаживать все конфликтные ситуации с клиентами, персоналом и руководством.

- Обеспечивать чистоту и порядок на территории «КаравайТМ»

- Предоставлять руководителям всю информацию об их организации.

- Ввести в курс дела, рассказать про цены и условия будущим клиентам, предоставлять всю необходимую информацию по услугам, тарифам и скидкам.

- Приём денежных средств покупателей.

- Организовывать разработку и ведение необходимой документации по вопросам организации какого-либо мероприятия.

Основные предоставляемые услуги предприятия

У компании «КаравайТМ» есть такие услуги, которые являются «основой» всей деятельности. Это те услуги, которые заказывают чаще всего.

Личная встреча с заказчиком

Обсуждение и фиксирование желаний заказчика

Поиски различных вариантов решения и пожеланий заказчика

Согласование материала с заказчиком

<p>Проведение мероприятия профессиональными специалистами в установленный срок</p>
--

Рисунок 2 – Стандартный шаблон для любого мероприятия от компании «КаравайТМ»

Организация детских праздников

Основная цель формирование эмоций и чувств, впечатлений, являющихся важнейшим условием развития личности, тем более в знаменательный день для ребёнка. Праздник интегрирует в себе различные виды искусства: музыку, художественное слово, драматизацию, изобразительное искусство и.т.д.

Целевой аудиторией данной предоставляемой услуги являются прежде всего родители и их дети. Возрастная категория от 3 до 40 лет.

Подготовка и проведение торжества для детей– длительная, тщательная и непростая работа, требующая сложную коллективную работу специалистов «КаравайТМ» и безусловно каждого ребенка. Для того чтобы осуществить эту работу, абсолютно всем следует действовать согласно общему плану, преодолевая один за другим все этапы подготовки праздника.

Этапы деятельности.

Изучая навык деятельности согласно компании, возможно отметить последующие этапы работы над праздничным днем. Проанализируем их:

- 1 период – заблаговременное составление плана.
- 2 период – работа над сценарием.
- 3 период – проведение праздника
- 4 период – подведение результатов.
- 5 период – последствия торжества

1. В начале года проводится совещание, в котором обсуждается проект, над которым будут работать. Происходит выбор праздников и формируются сроки их выполнения.

2. В 2-ой стадии наступает подготовка к праздничному дню. В этом стадии подготовки формируется план праздника, содержащий в себе

сценарий и музыкальное сопровождение. В торжество включается как можно больше зрелищ и игр.

3. Следующий этап-это день, когда должен состояться праздник. Ведущий работает по заранее согласованному сценарию с хорошо подобранной музыкой. Праздник начинается, затем проходит, но не проходит работа над организацией праздника.

4. Следующий этап-подведение итогов. Как мы уже отмечали, детская, да и взрослая память долго хранит светлые, радостные, яркие впечатления, которыми богат праздник. Задача специалистов на этом этапе состоит в том, чтобы “привязать” к этим воспоминаниям те умения, навыки и знания, которые дети получили на празднике. Для этого проводятся беседы в игровой форме, в которых дети вспоминают, что им понравилось, при помощи взрослых выделяется наиболее важное и главное в празднике.

5. Последствия торжества. В данной стадии фиксируются более яркие эмоции, связанные с темой торжества, они запечатлеваются в рисунках, фото, видеозаписях и т.д.

Таблица 7 – Стандартные затраты на организацию детских праздников от компании «КаравайТМ»

Наименование	Цена,руб.
Ведущий для детского праздника (костюм + сценарий)	5000-7000
Реквизит (Энгри Бердс, Автобот Бамбл Би)	5000-9000
Предоставление помещения от компании «КаравайТМ»	3000
Итог:	13000-19000

Методы продвижения на рынок

1.Реклама в интернете

2.Участие работников «Каравай ТМ» в конкурсах по профессиональному мастерству среди актёров и работников в сфере досуга.

3.Проведение лотерей, акций и розыгрышей на услуги «КаравайТМ»

4.Личная презентация услуги в школах, детских садах и организациях дополнительного образования.

Организация свадебных церемоний

Основной целью в данном направлении является облегчение участникам торжества каждодневной, качественной работы, помощь в принятии тех или иных решений, формирование положительных эмоций во время всей подготовки данного мероприятия.

Целевой аудиторией данной предоставляемой услуги являются пары в возрасте 20-45 лет.

Этапы подготовки свадебной церемонии в компании «КаравайТМ»

1 этап-личная встреча с представителем компании «КаравайТМ» для определения

- выбор свадебной даты
- формирование бюджета для данной церемонии
- обсуждение места бракосочетания и дальнейшего время проведения
- обсуждение меню
- обсуждения сценария для торжества

2 этап-подготовка специалистами вариантов для пары по тем или иным параметрам.

3 этап-согласование с пунктов в «1 этап».

4 этап -непосредственная организация праздника. Заключение договор с фирмами, гостиницами и другими подрядчиками.

5 этап- проведение свадебного торжества и контроль заместителя директора за качественной работой сотрудников «КаравайТМ».

Таблица 8 – Стандартные затраты на организацию свадебного торжества от компании «КаравайТМ»

Наименование	Цена, руб.
1	2

Обручальные кольца	В зависимости от выбора молодожёнов
Наряды и обувь	В зависимости от выбора молодожёнов

1	2
ЗАГС и госпошлина (регистрация)	350
Пригласительные	40-100(1шт)
Прическа и макияж	В зависимости от выбора молодожёнов
Свадебный торт	В зависимости от выбора молодожёнов
Свадебный кортеж	В зависимости от выбора молодожёнов
Видеосъемка, фотограф	6000-28000(в зависимости от времени работы)
Украшение зала	7000+затраты на материал
Тамада, ведущий	17000-25000
Ресторан	В зависимости от выбора молодожёнов
Артисты	1000-25000

Методы продвижения на рынок

- 1.Продвижение рекламы в интернете
- 2.Распространение фирменных буклетов в свадебных салонах
3. Положительные отзывы клиентов
- 4.Проведение лотерей, акций и розыгрышей на услуги «КаравайТМ»

Организация бизнес мероприятий

На сегодняшний день очень много предприятий мирового уровня готовы выделять достаточно большие деньги на проработку и осуществления разного рода мероприятий, которые будут двигать вперед их деятельность, рекламой и продвижением их товаров, а также на осуществление тренингов для партнёров или служащих.

Компании в 21 веке видят расходы фирмы на подобного рода мероприятия не как убыток, а как выгодные инвестиции, вложенные с целью создания крепкого и дружного, трудоспособного коллектива, который будет работать более продуктивно, что в результате приведёт к повышению продаж и укрепление позиций товара, а так же брэнда на рынке.

Целевой аудитории данной предоставляемой услуги являются люди, работающие в сфере бизнеса. Примерный возраст от 20 до 60 лет.

Целью «КаравайТМ» является качественное проведение конференций, корпоративно и других мероприятий с учетом финансовых возможностей и всех пожеланий клиента. Персонал компании «КаравайТМ» быстро и профессионально организуют, и проведут бизнес-мероприятия «от» и «до».

1 этап- проработка стиля, идеи и плана мероприятия с заказчиком

2 этап- согласование предложенных идеи с заказчиком

3 этап- приглашение специалиста

3 этап- проведение мероприятия

Таблица 9 – Стандартные затраты на организацию бизнес мероприятий от компании «КаравайТМ»

Наименование	Цена
Семинар	От 20000
Конференция	От 20000
Круглый стол	От 20000
Тренинг	От 25000
Презентация	От 15000
Официальный приём	От 22000
Корпоратив	От 20000
Бизнес-форум	От 35000

Стоимость зависит от количества человек

Методы продвижения на рынок

1.Продвижение рекламы в интернете

2.Сотрудничество с бизнес школами

3.Положительные отзывы клиентов

4.Проведение лотерей, акций и розыгрышей на услуги «КаравайТМ»

Таблица 10 – Дополнительные услуги предприятия «КаравайТМ»

Театр	Фотосъемка и видеосъемка всех уровней и форматов
Мобильный планетарий с визуализацией 3D на 360 градусов;	Воздушные шары (от стандартных до гигантских метровых, светящихся, оформление шарами)
Оформление банкетного зала	Различные шоу и артисты оригинального жанра
Аппаратура в аренду	Эксклюзивные настольные игры
Аттракционы	Фотозона на Ваш праздник

Методы продвижения на рынок

1. Заключение договоров с фирмами которые нуждаются в аппаратуре.
2. Участие работников «Каравай ТМ» в конкурсах по профессиональному мастерству среди актёров и работников в сфере досуга.
3. Проведение лотерей, акций и розыгрышей на услуги «КаравайТМ»

Клиенты компании

Клиентами компании «КаравайТМ» являются как физические, так и юридические лица.

Компания тесно связана с фирмами, которым проводит различные бизнес встречи, тренинги, корпоративы и многое другое.

Постоянные клиенты:

- ООО «Консалтинговый центр «Мария»
- ОАО «Пивоваренная компания БАЛТИКА»
- «Юнилэнд-Екатеринбург»

Большую часть в клиентской базе «КаравайТМ» составляют физические лица - молодожёны, семьи с детьми и.т.д. В 2017 году услугами фирмы «КаравайТМ» воспользовались 9 свадебных пар, более 20 семей с детьми, 5 юридических компаний.

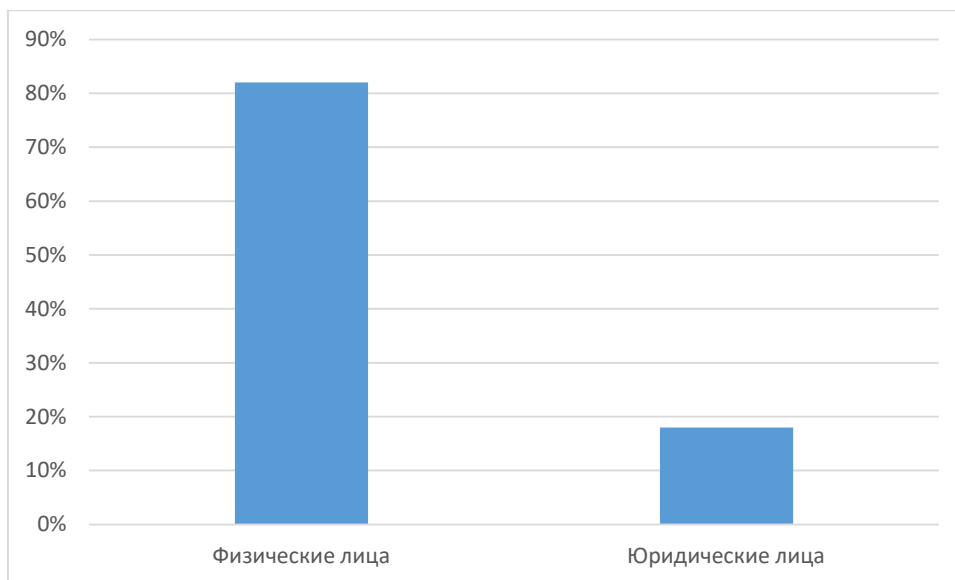


Рисунок 3 – Клиенты компании «КаравайТМ» в процентном соотношении

Поставщики и партнёры

У компании «КаравайТМ» есть партнёры с которыми компания сотрудничает в течении нескольких лет.

1. Театральное агентстве «Персонаж»

В данном агентстве существует большой выбор костюмов, масок и реквизита, которые нужны компании для проведения качественного, весёлого мероприятия.

2. Бумага из Санкт-Петербурга «Эталон»

Бумагу для машины, которая осуществляет бумажное шоу, заказывают оптом в Санкт-Петербурге.

3. Компания «9 островов»

В прайс-листе у компании есть торты на заказ. Поставляют эти торты компания «9 островов»

4. «АквагримShop»

Каждый раз для более реалистичного образа какого-либо персонажа, сотрудникам нужен грим. Компания «КаравайТМ» сотрудничает с компанией «АквагримShop», которые предоставляет качественный аква грим по оптовым ценам.

2.2 Анализ конкурентоспособности

Для Анализа конкурентоспособности было выделено 3 фирмы.

Таблица 11 - Данные фирм конкурентов для анализа

Название фирмы	Адрес	Телефон
Студия праздника «Анита»	Г.Екатеринбург, Белинского, 34, офис 205	Тел. (343) 213-90-59
«Фабрика праздников» ПАРИТЕТ	г.Екатеринбург, ул.Розы Люксембург, 20	Тел.(343) 213-88-86 (343) 359-83-41
ПАРТНЕРСКОЕ АГЕНТСТВО «ШОУ & ОТДЫХ» Event агентство	Г.Екатеринбург, 8 Марта 12а, 1014, 8 Марта 45а, 608	+7 /343/ 328–09-62

Все выбранные фирмы находятся в городе Екатеринбурге и предоставляют те же самые услуги, что и фирма «КаравайТМ».

Конкурентоспособность выбранных фирм будет оцениваться по следующим параметрам

- Предоставляемые услуги
- Дополнительные предоставляемые услуги
- Филиалы фирм (масштабность фирмы)
- Цена

Информация о компаниях взята с личных сайтов компаний в интернете.

Студия праздника Анита

Таблица 12 - Предоставляемые услуги и цена студии праздника Анита

Фотосъемка		
1	2	3
Наименование	Стоимость	Примечание
Фотосъемка	от 20000 руб.	10 часовой рабочий день, цветокоррекция и художественная обработка фотографий.

1	2	3
Видеосъемка		
Наименование	Стоимость	Примечание
Видеосъемка формат FHD	от 17 000 руб.	10-и часовой рабочий день, один клип, монтаж
Оформление зала		
Наименование	Стоимость	Примечание
Оформление воздушными шарами	от 2 000 руб.	ассорти, букеты из шаров, своды и др.
Оформление цветами	от 3 000 руб.	транспортный расход от 200 руб.
Оформление тканями(президиум)	от 10 000 руб.	1 стул
Шоу-программа		
Наименование	Стоимость	Примечание
Ведущие+DJ	от 20 000 руб.	ведение 5 часов, музыкальное сопровождение 6 часов
DJ	от 7 000 руб.	цена за 6 часов
Саксофон	5 000 руб.	цена за 1 час
Скрипка	5 000 руб.	цена за 1 час
Вокал (мужской и женский)	от 10 000 руб.	3 часа на площадке
Шоу Барабанов	от 25000 руб.	3 блока
Бармен-шоу	от 7 000 руб.	выступление 15-20 минут
Стриптиз	4 000 руб.	цена за 1 выход
Танец живота	от 4 000 руб.	цена за 1 выход
Цыгане	от 16000 руб.	яркие костюмы, скрипка, гитара, песни
Фокусы, иллюзион	от 15 000 руб.	3 выхода

1	2	3
Фаер шоу	от 9 400 руб.	цена за 1 номер
Танцевальные коллективы	от 10 000 руб.	за 3 номера
Бальные танцы	от 5 000 руб.	цена за 1 номер
Мыльные пузыри	от 10 000 руб.	цена за 1 номер
Детская шоу-программа		
Наименование	Стоимость	Примечание
1 актер	от 3 500 руб.	Клоуны, принцессы, ведьмы, пираты, индейцы, феи, Гарри Поттер, красная шапочка, буратино и Мальвина, Карлосон, Белоснежка, человек-Паук или Бэтмэн
2 актера	от 4 500 руб.	
Стилист		
Наименование	Стоимость	Примечание
Комплекс (с репетицией)	от 7 000 руб.	Репетиция 1000 - 2000 руб.

Таблица 13 - Дополнительные предоставляемые услуги и цена студии праздника Анита

Наименование	Стоимость	Примечание
1	2	3
Свадебный распорядитель	от 10 000 руб.	до 12 часов работы на свадьбе.
Театрализованный выкуп	от 3 500 руб.	возможен классический вариант
Выездная регистрация	от 4 000 руб.	цена заведующую церемонии

1	2	3
Оформление выездной регистрации	от 7 000 руб.	цена за арку и столик, оформленные тканью.
Голуби на свадьбу	1 500 руб.	доставка включена в стоимость
Фейерверк	от 6 000 руб.	цены в зависимости от сложности фейерверка
Свадебные замочки с гравировкой	1500 руб.	различные цвета, формы
Свадебные бокалы	от 1000 руб.	
Конфетти	300 руб.	бумажные и с фольгой
Шаржисты	от 2 000 руб.	цена за 1 час
Баннер	от 5 500 руб.	разработка макета, печать, установка

Масштабность фирмы

Студия праздника «Анита» существует 10 лет. Фирма существует только в городе Екатеринбург.

Фирма по организации праздников «Паритет»

Таблица 14 - Предоставляемые услуги и цена фирмы по организации праздников «Паритет»

Фотосъемка		
Наименование	Стоимость	Примечание
1	2	3
Фотосъемка	1500 руб.	Цена указана за 1 час
Видеосъемка		

1	2	3
Наименование	Стоимость	Примечание
Видеосъемка	от 1200.	Цена указана за 1 час +обработка видео, монтаж
Шоу-программа		
Наименование	Стоимость	Примечание
Ведущие+DJ	От 25 000	ведение 5 часов, музыкальное сопровождение 6 часов
Артисты	от 5 000 руб.	3 часа на площадке
Детская шоу-программа		
Наименование	Стоимость	Примечание
1 актёр	1 000	Цена за 1 час
Оформление зала		
Наименование	Стоимость	Примечание
Оформление воздушными шарами	от 2 500 руб.	ассорти, букеты из шаров, своды и др.
Оформление цветами	от 3 200 руб.	транспортный расход от 200 руб.
Оформление тканями	от 10 000 руб.	1 стул
Пожелания клиента		Выслушаем предложения по материалам

Таблица 15- Дополнительные предоставляемые услуги и цена фирмы по организации праздников Паритет»

Наименование	Стоимость	Примечание
Фейерверк	от 5 000 руб.	цены в зависимости от сложности фейерверка
Бумажное шоу	От 5 000	Цена зависит от килограммов бумаги
Фаер шоу	от 3 000	
Фотозона	от 6 000 руб.	разработка макета, печать, установка
Выездная регистрация	от 4 500 руб.	цена заведующую церемонии

Масштабность фирмы

Фирма по организации праздников находится в городе Екатеринбурге. Филиалов в других городах нет, но по договорённостям, в другие города, команда специалистов очень часто выезжает.

Партнёрское агентство «ШОУ & ОТДЫХ»

Таблица 16- Предоставляемые услуги и цена партнёрского агентства ШОУ & ОТДЫХ

№	Наименование товара	Цена (руб.)
1	2	3
1	Игра «Веревочные курсы»	600.00руб/чел
2	Игра «Народные гулянья» или «Смешинская ярмарка»	600,00руб/чел
3	Молодецкие игры	600,00 руб/чел

4	Вечернее казино (одна из игр на выбор)	600,00 руб/чел
5	Военно-спортивная игра «Зарница»	14 500,00 (для группы менее 20 человек)
		15 500,00 (для группы от 20 до 40 человек)
		19 000,00 (для группы от 40 до 60 человек)
		20 000,00 (для группы от 60 до 80 человек)
		22 000,00 (для группы от 80 до 100 человек)
6	- дополнительно: транспортное обслуживание (автобусы)	от 1 000,00 до 1 600,00 (в час)
7	- дополнительно: наградная продукция (вымпелы, кубки, грамоты)	от 1 000,00
8	- дополнительно: оплачивается выезд и проведение игры за пределами Екатеринбурга	3 000,00

9	Квест «Открой свой Цирк»	10 000 руб./до 10 чел. + доп 300 руб/чел (от 10 до 20 чел)
10	Квест «Чемодан грустного клоуна»	10 000 руб./до 10 чел. + доп 300 руб/чел (от 10 до 20 чел)
11	Квест «Военная разведка»	600,00 руб/чел (от 20 до 50 чел)
12	Мастер-класс по барбекю	600,00 руб/чел (от 10 до 30 чел)
13	Мастер-класс «Творческие занятия для взрослых и детей по технике декупаж»	500,00 руб/чел (от 10 до 30 чел)
14	Интерактивные спектакли	12 000,00 (час)
15	Шоу - программа «Нескучный цирк»	20 000,00 (час)

16	Шоу- программа «Цирк со звёздами»	20 000,00 (час)
17	Шоу программа «Собаки едут в гости»	15 000,00 в черте города
		18 000,00 за пределами города
18	Фаер-шоу	35 000,00 (30 минут)
19	Спектакль на детский день рождения	6 500,00 (45 минт)
20	Ведущий на мероприятие	от 6 000,00 (час, минимум 4 часа)
21	Ди-джей	2 500,00 (час)
22	Поющий ди-джей (проф. артист театра муз комедии)	6 000,00 (час, минимум 4 часа)
23	Фотограф	2 500,00 (час)
24	Праздничное оформление	Рассчитывается индивидуально
25	Концертные номера (цирковые, танцевальные, вокальные)	3 000,00 за номер (минимум 3 номера 1 направления)

Таблица 17 - Дополнительные предоставляемые услуги и цена партнёрского агентства ШОУ & ОТДЫХ

1	Сувенирная продукция	Рассчитывается индивидуально
2	Сопровождение мероприятия (при заказе от двух позиций и более из прайса цена на каждую позицию уменьшается)	10% от стоимости заказа комиссионное вознаграждение агентства

Масштабность фирмы

Данная фирма по организации праздников находится в городе Екатеринбурге. Имеется 2 офиса в Городе Екатеринбург. В других городах филиалов нету.

Проанализировав ассортимент, цены и масштаб деятельности каждого предприятия можно сделать вывод, что компания «КаравайТМ» обладает одними из высоких цен по сравнению со своими конкурентами. Как пример можно рассмотреть цены на самые много используемые услуги.

Таблица 18 – Сравнение цен «КаравайТМ» с ценами конкурентов

	КаравайТМ	Студия праздника «Анита»	«Фабрика праздников» ПАРИТЕТ	ПАРТНЕРСКОЕ АГЕНТСТВО «ШОУ & ОТДЫХ» Event агентство
Фотограф	2999/час	2000/час	1500/час	2500/час
Ведущий	27000/5часов	20000/5часов	25000/5часов	30000/5часов
Ди-джей	10500/5часов			12500/5часов

Так же, проанализировав ассортимент каждой фирмы можно сделать вывод, что у 3-х выбранных нами конкурента мало услуг, которые не встречаются больше у компаний конкурентов. У компании «КаравайТМ» есть такие услуги, которые ранее не были обнаружены у конкурентов. Например, прокат настольных игр, спортивные игры с ведущим, голосовое поздравление с днём рождения голосом любимого персонажа, лента-шоу и многое другое. Компания существует только в городе Екатеринбург так же, как и выбранные нами для анализа фирмы предприятия. Для привлечения большего потока клиентов, стоит развивать предприятие в других городах.

2.3. Анализ финансово-экономической деятельности компании ИП Лемберская «КаравайТМ»

Анализ финансовой деятельности ИП Лемберская «КаравайТМ» выполнен за период с 2013 по 2016 гг. В таблице представлены экономические показатели компании с учётом всех затрат компании.

Таблица 19 – Экономические показатели компании

Показатели	Год (тыс.руб.)			
	2013	2014	2015	2016
1	2	3	4	5
Выручка	1944000	2040000	2412000	2160000
Расходы в год	1661000	1775000	2131200	1836200
Система налогообложения 7%	136080	142800	168840	151200
Чистая прибыль	146920	122200	111960	172600

Проанализировав показатели за 4 года, можно сделать вывод, что с каждым годом сумма чистой прибыли варьируется в ту или иную сторону. Выручка компании «КаравайТМ» в 2013 году составила 1944000 рублей, что на 4,94 % ниже, чем в 2014 году, но читая прибыль в 2013 году была на 16,83 % выше чем в 2014 году. Это связано с тем, что в 2014 году было больше затрачено денег на реквизит и костюмы для проведения тех или иных мероприятий, также работники компании участвовали больше в конкурсах по профессиональному мастерству, что тоже требовало дополнительных вложений. Разница выручки в 2015 и 2016 годах была небольшой -10,45 %, но чистая прибыль компании в 2016 году значительно превысила показатели по сравнению с предыдущими годами. Столь резкое повышение прибыли предприятия связано с тем, что компания начала заниматься спонсированием небольших мероприятий, а сотрудники компании начали принимать активное участие в конкурсах, что способствовало привлечению новых клиентов.

В следующей таблице представлен перечень расходов компании в 2013,2014,2015 и 2016 годах.

Таблица 20 – Расходы компании «КаравайТМ» за 2013-2016гг.

Показатели	Год (тыс.руб)			
	2013	2014	2015	2016
Заработная плата с вычетом налога	1154000	1250000	1620000	1240000
Аренда офиса	180000	187000	187000	189000
Интернет, мобильная связь	31000	30000	33000	33000
Канцелярия, бытовые закупки	50000	50000	50000	50000
Детали для мероприятий -костюмы -реквизит для мероприятий	71000	80000	65700	66200

Изменение прибыли компании за 4 года можно увидеть на следующем графике (Рисунок4)

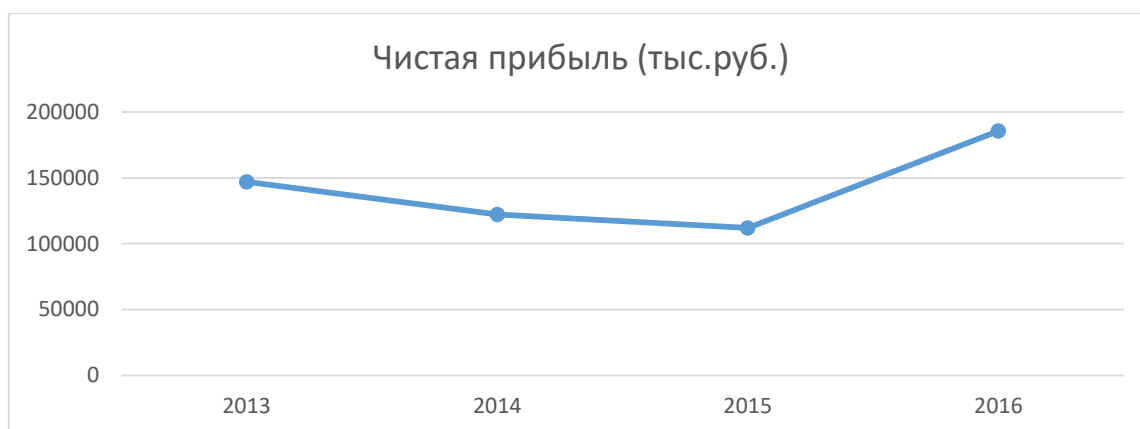


Рисунок 4 – Изменение прибыли компании за 4 года

Такой резкий подъём в 2016 году связан с тем, что компания «КаравайТМ» начала вкладывать деньги в маркетинговую деятельность предприятия. Компания начала привлекать всё больше и больше клиентов, что не могло не отразиться на прибыли компании. Так же, в 2016 году произошло сокращение рабочих мест, так как было признано, что с данным количеством работы может справиться меньшее количество человек, отсюда – меньшие затраты на заработную плату и более качественная, слаженная работа коллектива.

Таблица 21 – Затраты на маркетинговую деятельность

Показатели	Год (тыс.руб.)			
	2013	2014	2015	2016
Интернет, сотовая связь	31000	30000	33000	33000
Продвижение сайта	132000	132000	132000	145000
Спонсирование	нет	нет	нет	62000
Участие в конкурсах	12000	16000	10500	18000

Планированием маркетинговой деятельности в компании занимается заместитель директора. В 2016 году компания активно начала развивать данную сферу. Это можно увидеть на следующем графике.



Рисунок 5 – Соотношение затрат на маркетинговую деятельность за 2013, 2014, 2015 и 2016 год.

Так же, рассмотрим динамику объёмов продаж основных видов услуг.

Таблица 22 - Динамика объемов продаж основных видов продукции

Виды услуг	Выручка от реализации (тыс. руб.)		
	2014 г.	2015 г.	2016 г.
1. Организация свадьбы	595 000	7100 00	5950 00
2. Организация детских праздников, дней рождений, юбилеев.	1023000	1210 000	1120 000
3. Бизнес тренинги	220000	1800 00	2150 00
4. Аренда оборудования, настольных игр	151000	1300 00	9800 0
5.Прочее	51 000	1820 00	1320 00

Подводя итоги можно сделать вывод, что взлёт компании в 2016 году связан именно с тем, что компания активна начала вкладывать деньги в развитие маркетинга на предприятии. Повышение затрат на маркетинговую деятельность завязаны с тем что:

- 1.Появление специалиста по продвижению в социальных сетях, соответственно, повышение затрат на продвижение сайта.
- 2.Активное спонсирование мероприятий в 2016 году.
- 3.Участие компании в конкурсах профессионального мастерства.

2.4. Маркетинговый анализ предприятия «КаравайТМ»

В данной главе мы рассмотрим и проанализируем предоставляемые услуги, цены и масштаб деятельности предприятия «КаравайТМ».

Таблица 23 – Услуги и цены компании «КаравайТМ»

№	Услуга	Описание	Цена(руб.)
1	2	3	4
1	Артист-аниматор 2 часа 2 артиста	Описание в презентации.	2999 4999 4999
	Ведущий		5400
	Диджей		2100
2	Фотограф	Проф. Фото оборудование, Репортажная, семейная, свадебная, детская, индивидуальная, творческая, модельная.	2999
3	Бамбл би	Эффектное появление с танцевальными элементами, включающее в себя световое шоу (на роботе установлены светодиоды), интерактив с детьми, вручение подарка имениннику (мини- игрушка Трансформер «Бамблби»).В заключении: фото-сессия на ваши носители. 40 мин аниматор и 20 - робот	От 8000
4	Дискотека	1 час Ди-джей и артист (на выбор) Колонки, микрофон, свет, дым-машина, танцевальные конкурсы	От 5000
5	Шарики гелий	Широкий ассортимент. Любые цвета, разные рисунки, фольгированные, метровые, светящиеся, фигурные шары. доставка по тарифам такси	От 1000 От 100
6	Планетарий 1 час	Образовательно- познавательный купольный 3D кинотеатр с визуализацией на 360 градусов Возраст: от малышей из детского садика до взрослых. Программы: полеты в космос, погружения под воду, машина времени в другую эру, уроки физики, биологии, астрономии, возможность побывать на археологический раскопках, изучить человеческий организм и многое другое! Монтаж/демонтаж – 30 мин. Каркасный планетарий Монтаж/демонтаж – 120 мин.	От 8000 От 12 000

7	Фокусник	20 – 1 выход 40 мин. – 2 выхода, Шоу и интерактивные фокусы Аудитория от 1 человека	От 10 000
---	----------	--	-----------

Продолжение таблицы 23

1	2	3	4
8	Бумажное шоу	От 15 кг. Бумаги Большое количество серпантина 40 мин Световое, звуковое сопровождение	От 10 000
9	Шоу мыльных пузырей	Пузыри разных размеров. От маленьких до самых громадных 40 мин. Световое, звуковое сопровождение	От 7 000
10	Лента-шоу	40 мин. Лента-дом Завязываем ленты- загадываем желание. Музыкальное и световое сопровождение	От 10 000
11	Настольные спортивные игры	Уникальные игры, каждая со своим принципом, к каждой игре или ко всем сразу можно взять ведущего. Список игр: <ol style="list-style-type: none"> 1. «Новус» (морской бильярд в 4 лузы) (Латвия) 2 игрока 2. «Джакколо» (Германия) Игра на меткость с подсчетом очков 1 игрок или 2 игрока. 3. Шаффлборд (англия) двусторонняя игра с разными принципами подсчета результатов 2 игрока 4. «Кульбутто» (Франция) на время, наклоня стол нужно закатить шары в ячейки. 1 игрок или игра командой 5. Каррум (индия) надо загонять фишки из центра стола в лузы 2 игрока 6. Бокс хоккей (США, Канада) 2 игрока 2 клюшки, 1 шайба. Нужно провести шайбу сквозь желоба и забить в ворота. 7. Нок хоккей (Чехия) настольный хоккей 2 игрока, 2 клюшки и 1 шайба 8. «Тейбл Эластик» (Ирландия) 2 игрока, с помощью резинок фишки переправляются на поле противника. 9. Керлинг 2 игрока, фишки отправляются по 	От 2 000

		столешнице в цель.	
12	Квесты	Разные тематики, написание сценария От 1 часа Взрослые и детские	От 5 000

1	2	3	4
13	Аттракционы	<p>Энгри-бердс – принцип тира по известной игре Монтаж/демонтаж – 30 мин. Габариты: 2 метра ширина, 2 метра длина.</p> <p>Виртуальная реальность – погружение в разные миры через очки виртуальной реальности. Монтаж/демонтаж – 30 мин. Габариты 1 метр на 1 метр</p> <p>Большой энгри бердс – дети сами запускаются вместо птичек в свинюшек Габариты – 15 метров длина, 2 метра – ширина, высота – 3 метра</p>	<p>От 5 000</p> <p>От 7000</p> <p>От 15 000</p>
14	Спектакли	<p>1. «Как заяц лису перехитрил» - кукольный спектакль 40 мин, живой кролик, театральные спец. Эффекты.</p> <p>2. «Баба Яга учится летать» - спектакль с правилами ПДД.</p> <p>3. «Холодное сердце» - по мотивам одноименного мультфильма 40 мин. С мастер-классом по вырезанию снежинок.</p>	От 8 000
15	Мастер-классы	Декупаж Аквагрим Роспись посуды и т.д.	От 5 000
16	Торты	От 1 кг. Разные начинки и дизайн	От 1 000
17	Пиньята	По вашему эскизу Ваша начинка Веселое дополнение на праздник	От 1 500
18	Генератор мыльных пуз	От 10 мин.	От 1 000
19	Поздравление по телефону от любимого героя	Эконом поздравление Любого героя Требуется от вас имя именинника, возраст, увлечения, планируемые подарки.	От 500
20	Экспресс поздравление	На дом, любой герой, 10-20 мин	От 1 999
21	Видеосъемка	Репортажная, творческая, клипы, фильмы и т.д. От 1 часа	От 2 999
22	Аквагример	От 10 чел до 20 чел в 1 час.	От 2 999
23	Выписка из род.дома	Оформление комнаты или оформление машины или шары или фотограф	От 2 999
24	Тематическое оформление	В стиле вашей вечеринки и дня рождения	От 1 999

Методы продвижения на рынок

1. Реклама в социальных сетях

У компании «КаравайТМ» создан личный сайт где подробно расписаны все предоставляемые услуги и цены, так же, контакты предприятия и вся полезная информация для потребителей. Так же, создан сайт ВКонтакте и страница в Instagram.

2. Заключение договоров с фирмами, которые нуждаются в аппаратуре.

У компании «КаравайТМ» есть аппаратура, которую они периодически сдают в аренду другим предприятиям.

Пример такой аппаратуры:

- Генератор мыльных пузырей
- Энгри-бердс
- Виртуальная реальность
- Большой энгри-бердс

3. Участие работников «Каравай ТМ» в благотворительных акциях, конкурсах и концертах. (ПРИЛОЖЕНИЕ 1)

4. Спонсирование различных мероприятий

Компания «КаравайТМ» неоднократно становилась спонсорами мероприятий. В 2017 году этим мероприятием стал «Бал дебютантов», который прошёл 12 мая 2017 года, где собрались студенты разных университетов и показали на что они способны в танцах. «КаравайТМ» вручили памятные подарки участникам конкурса и победителям посчастливилось побывать на фотосессии от компании «КаравайТМ».

3.Проведение лотерей, акций и розыгрышей на услуги «КаравайТМ»

Место

Компания «КаравайТМ» зарегистрирована по адресу Пехотинцев 21. Непосредственно в офисе по этому адресу проходят первые встречи персонала и клиентов «КаравайТМ», где договариваются о встрече в более спокойной обстановке, чтобы обсудить каждую деталь предстоящего мероприятия.

Вторая встреча, обычно, проходит в ресторане или кафе в удобное для клиентов время. Там, клиент рассказывает о мероприятии, важности его, предпочтения и смотрит примерный план, который предоставляет «КаравайТМ»

Само мероприятия проходит там, где пожелает клиент. Это может быть, кафе, ресторан, беседка, база отдыха, парк аттракционов и многое другое.

Преимущество компании «КаравайТМ» в том, что нет строго определённых требований к месту проведения торжества как у многих компаний организующих праздники. Сотрудники фирмы подстраиваются под желания и требования клиента, что положительно влияет имидж компании.

3. РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ КОМПАНИИ «КАРАВАЙТМ»

Проходя практику в фирме «КаравайТМ», проанализировав деятельность предприятия, её финансовую часть, преимущества и недостатки можно сделать вывод, что в 2017 году, фирма старается вывести предприятие на новый уровень с помощью маркетинговой деятельности на достаточно высокий уровень. Большое внимание уделяется привлечению новых потребителей, формированию и стимулированию спроса на услуги.

Чтобы разработать методы для повышения конкурентоспособности нашей фирмы, нужно точно знать сильные и слабые стороны предприятия «КаравайТМ» - это наглядно можно увидеть в SWOT - анализе приведённом ниже.

Таблица 24 – SWOT-анализ компании «КаравайТМ»

Сильные стороны "КаравайТМ"	Уязвимые стороны "КаравайТМ"
1	2
<ul style="list-style-type: none">-Большой ассортимент услуг-Хорошая репутация компании(отзывы клиентов)-Сотрудничество с производителями дополнительных услуг-Возможность сотрудников оперативно реагировать на просьбы и резкие изменения клиентов- Отсутствие определённых требований к мест проведения того или иного мероприятия-Оборудование для мероприятий не требует отдельного большого помещения для хранения-Высокий уровень квалификации работников-Существование постоянных клиентов	<ul style="list-style-type: none">-Мало узнаваемый бренд-Невозможность охватить большое количество мероприятий в пиковое время-Отсутствие службы маркетинга на предприятии-Отсутствие представителей фирмы в других городах

1	2
Возможности и перспективы	Угрозы внешней среды
-Прочная репутация и хорошо узнаваемый бренд обеспечивает стабильный поток клиентов	- Качественная работа прямых конкурентов

Проанализировав сильные стороны предприятия, я сделала вывод, что у компании «КаравайТМ» достаточно обширный набор предоставляемых услуг, профессиональный персонал, не ограниченность потребителей в их желаниях, стабильное существование постоянных клиентов.

К слабым сторонам я отнесла мало узнаваемый бренд, отсутствие представителей фирмы в других городах и самый глобальный минус-отсутствие маркетинга на предприятие.

Именно опираясь на недостатки предприятий я постараюсь разработать рекомендации для повышения конкурентоспособности фирмы не только в городе Екатеринбург, но и близ лежащих городах Свердловской области. Для этого ориентируемся на уязвимые стороны предприятия.

1. Мало узнаваемый бренд

Мир бизнеса наполнен брендами. При выборе той или иной услуги в подсознании потребителя моментально загорается «лампочка», которая подсказывает название предпочтительной торговой марки.

Компания «КаравайТМ» ещё не обладает маркой, при виде которой потребитель сразу же думал бы о данной фирме. Это происходит из-за того, что глава компании не стремлюсь рекламировать свой бренд. Сотрудники компании признаются, что упора на рекламу и пиар бренда «КаравайТМ» никогда не было.

Первым предложением является продвижения услуг по организации праздников с помощью сувенирной продукции. Распространять такую продукцию достаточно просто, ведь фирма работает с большим потоком людей. Проводя конкурсы на тех или иных мероприятиях можно давать призы в виде сувенирной продукции от компании.

Затраты

Для составления сметы на данное маркетинговое предложение я проанализировала фирмы города Екатеринбурга и выявила примерную оптовую цену на данную продукцию.

Таблица 25 – Смета на сувенирную продукцию

Наименование	Цена(руб/1шт)
Ручка с логотипом "КаравайТМ"	22
Бейсболка с логотипом "КаравайТМ"	230
Футболка с логотипом "КаравайТМ"	310
Брелок сердце с логотипом "КаравайТМ"	135
Зажигалки с логотипом "КаравайТМ"	35
Блокнот с логотипом "КаравайТМ"	38

Если ориентироваться на 2016 год, где было проведено около 30 свадеб, 12 бизнес мероприятий, около 15 детских праздников, 20 юбилеев и 6 корпоративов, то в сумме получается около 83 мероприятий.

Если на каждое мероприятие дарить хотя бы по одному сувениру каждого вида, то фирма затратит 60000рублей в год. Посмотреть наглядный пример такой атрибутики можно в Приложении № 2

Когда бренд компании будет появляться в повседневной жизни покупателя, он всегда будет помнить его и легко узнавать в любой обстановке.

2. Невозможность охватить большое количество мероприятий в пиковое время.

Бизнес по организации праздников является, в какой-то мере сезонным. Сезонные колебания спроса можно увидеть на графике ниже



Рисунок 6 – Сезонные колебания спроса на услуги «КаравайТМ»

Вовремя, когда международные праздники и выходные, работы значительно больше, чем в будни, так же, летом большое количество свадеб, выпускных и мероприятий на природе – это обеспечивает компании в этот период очень хороший заработок, что составляет довольно большую часть от всей прибыли компании в год. Так же, большой процент всей прибыли обеспечивает месяц декабрь так как проходит много мероприятий посвящённые празднику Новый Год. Остальные месяца держаться низкой отметки, что составляет от 3 до 5 мероприятий в месяц.

Компания не имеет возможности держать большой штат в течении всего года, особенно когда спрос становится минимальным, но большая проблема в том, что, когда начинается пик на предоставляемые услуги, персонала не хватает для того, чтобы обслужить каждого клиента. Из-за этого, в пиковые времена, компания «КаравайТМ» вынуждена отказываться от некоторых заказов.

Рекомендация к данной слабой стороне предприятия – иметь в штате персонал, которые работает не только на постоянной основе, но и в те времена, в которые нужна помощь.

Зарплата таких сотрудников будет исчисляться в определённом проценте от каждого заказа, что будет прописано в договоре трудового найма.

С помощью данной рекомендации в пиковое время, компания «КаравайТМ» будет охватывать значительно большую долю рынка, что приведёт к появлению новых клиентов и рекламы бренда компании.

3.Отсутствие представителей фирмы в других городах Свердловской области.

Действующее законодательство РФ не подразумевает запрета на ведение предпринимательской деятельности в соседних городах и регионах. Поэтому компания «КаравайТМ» может существовать не только в городе Екатеринбург, но вести деятельность в другом - это не запрещено.

Создание филиалов в других городах, для любой фирмы, большой шаг в развитии. Со временем, я предлагаю фирме «КаравайТМ» рассмотреть вариант создание филиала в таких городах как

-Первоуральск

-Полевской

Эти не большие города находятся не далеко от города Екатеринбург. Рассмотрим численность населения каждого из предлагаемых городов.

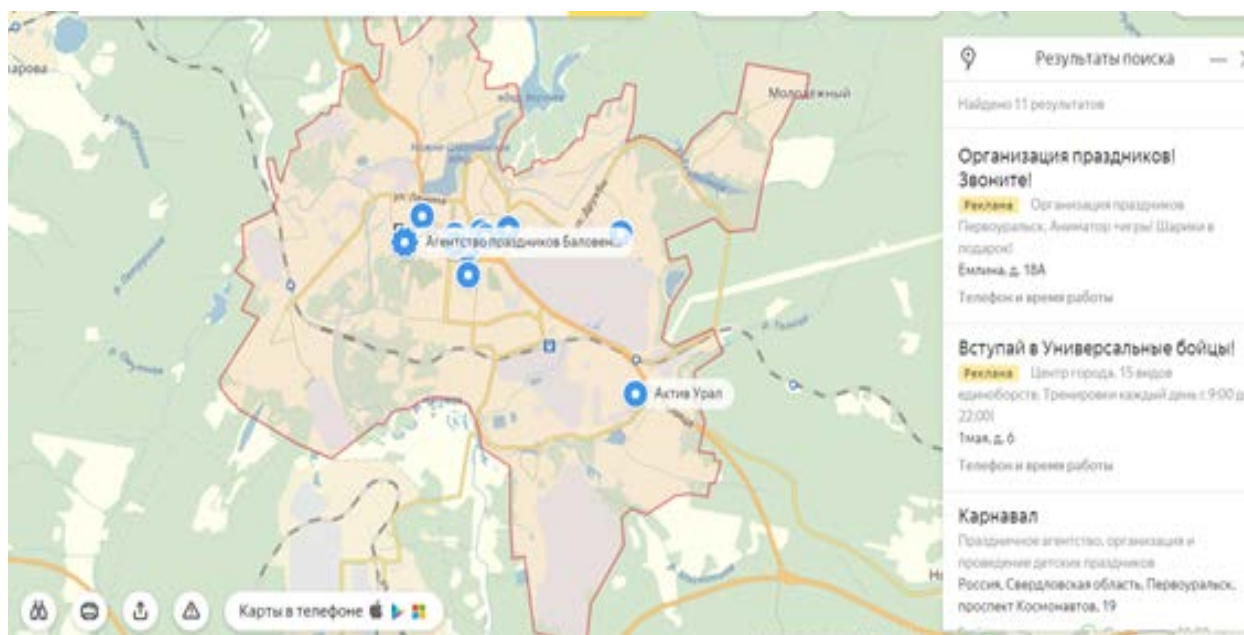
Таблица 26 – Численность населения г.Первоуральск,г.Полевской

Город	Количество населения на 2016 год
Первоуральск	124 980 человек
Полевской	62 402 человек

Для того, чтобы оценить шансы на существования фирмы «КаравайТМ» в предложенных городах, был проведён анализ конкурентов в каждом городе.

В городе Первоуральск фирм по организации праздников 9 штук. Деятельность четырех фирм из девяти – 1 ведущий на то или иное

мероприятие. Данные фирмы не предоставляют услуги выездного театра, организацию бизнес мероприятий и.т.д. Одна фирма из этого списка занимается организацией только детских дней рождений. Четыре фирмы



станут прямыми конкурентами для компании «КаравайТМ» в городе Первоуральск.

Рисунок 7 – Карта расположения потенциальных конкурентов в г. Первоуральск

В городе Полевской очень мало развита сфера досуга. При населении в 62 402 человека существует всего 4 праздничных агентства. Три из этих агенств - это доставка цветов, шаров и свадебного декора.



Рисунок 8 - Карта расположения потенциальных конкурентов в г. Полевской

В данном городе у компании «КаравайТМ» будет лишь один конкурент - Бюро Услуг Краски Праздника. Только данная компания предоставляет услуги по организации и проведению торжеств.

Затраты

Для составления сметы на данное маркетинговое предложение я проанализировала рынок этих городов и выявила примерную среднюю цену на первоначальные затраты.

Таблица 27 – Смета для создания филиала в городах Первоуральск, Полевской

Наименование	Города	
	Первоуральск	Полевской
Аренда помещения	10000-13000 руб	7000-10000 руб
Закупка оборудования		
- настольные игры	20000 руб	20000 руб
- световая пушка	4500 руб	4500 руб
- генератор мыльных пузырей	10220 руб	10220 руб
Техническая оснащённость предприятия (компьютер, принтер, интернет и т.д.)	35000 руб	35000 руб
Мебель	25000 руб	21000 руб
Штат сотрудников из 4 человек (менеджер, ведущий, фотограф, дижей) Зарплата исчисляется от % с заказа, кроме менеджера	-	-
Концелярия	5000	5000
Итого:	112720руб	105720руб

Увеличение доли рынка в данной сфере позволит привлечь новых постоянных клиентов и вывести предприятие на новый уровень.

4. Более удобное системное обеспечение сайта

На сайте фирмы «КаравайТМ» есть цены на все услуги, но, как известно, в данном бизнесе цена на услугу зависит от нюансов, которые могут значительно повлиять на конечную стоимость организации того или иного предприятия.

Компании «КаравайТМ» необходимо создать на сайте в интернете электронный просчёт любого торжества. Клиент должен будет описать то, что он хотел бы получить от компании в подробностях, а менеджер, тем временем мог бы просчитать приближённую цену персонально для этого клиента. Чтобы узнать стоимость клиенту не нужно будет приезжать в офис, тратить время и деньги, стоит просто подумать и написать, чего хочет клиент.

У компании «КаравайТМ» разработкой, развитием и поддержкой сайта занимается определённый человек, поэтому дополнительных затрат данное предложение не требует.

Подведём Итоги и выявим срок окупаемости проекта

В рекомендациях данной фирме по повышению конкурентноспособности было предложено 4 рекомендации:

1. Повышать популярность бренда с помощью сувенирной продукции.
2. Привлекать в работу сотрудников, которые смогли бы работать во время большого спроса потребителей на услугу.
3. Открывать филиалы в других городах.
4. Усовершенствовать системное обеспечение сайта.

Таблица 28 – Итоговые показатели затрат по 4-м рекомендациям

№	Рекомендация	Общие затраты (тыс.руб.)
1	2	3
1	Изготовление брендованной	60000

	сувенирной продукции	
2	Привлечение сотрудников в пиковое время	Дополнительных затрат не требует (заработная плата - % от заказа)

1	2	3	
3	Открытие филиалов в других городах	г. Первоуральск	г.Полевской
		112720	105720
4	Обновление системного обеспечения сайта	Дополнительных затрат не требует	
	Итого:	172720	165720

Ориентируясь на таблицу 19 - Экономические показатели компании за 2016 год мы можем посчитать, что срок окупаемости на данные затраты, при условии, что откроется только 1 филиал, составит 1 год, при том, что динамика приобретения услуг нашей компании останется прежней.

С помощью данных мероприятий компания увеличит поток клиентов и займёт более большую долю рынка досуга, чем было в 2016 году, а это значит, что срок окупаемости затрат на маркетинговые рекомендации составит меньше чем 1 год.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе мы рассмотрели пути повышения конкурентоспособности организации на примере фирмы организующей праздники ИП Лемберская «КаравайТМ».

Повышение конкурентоспособности является важным фактором функционирования каждой организации в условиях рынка. Была проделана большая работа, для того, чтобы выявить недостатки фирмы по сравнению с конкурентами и дать рекомендации, которые смогли бы обеспечить стабильное финансовое положение компании на рынке и привлечь новых клиентов.

В первой главе выпускной квалификационной работе был составлен подробный анализ регионального рынка развлекательных слуг и рынка услуг города Екатеринбурга, а также анализ рынка по пяти конкурентным силам Майкла Портера. В ходе данного анализа было выявлено, что отрасль в которой работает фирма «КаравайТМ» привлекательна и пользуется большим спросом у жителей города Екатеринбурга. Проведя исследование рынка досуга города Екатеринбурга было выявлено наличие главных конкурентов компании «КаравайТМ». На основе построения таблицы конкурентоспособности фирм было определено, что «КаравайТМ» уступает по ценам студии праздника «Анита» и «Фабрика праздников» ПАРИТЕТ. Цены у данных компании конкурентов значительней ниже, чем у компании «КаравайТМ», но в то же время было выявлено, что ни одна компания выбранных конкурентов не предоставляет уникальные, персональные услуги для каждого клиента.

Во второй главе представлена основная маркетинговая деятельность компании «КаравайТМ». Так же проведён анализ финансового состояния фирмы. В данной главе представлен сравнительный анализ компании «КаравайТМ» и выбранных конкурентов. Анализ позволил реально оценить возможности компании «КаравайТМ» и компаний-конкурентами. С

помощью него были выявлены недостатки, над которыми нужно провести работу, для того, чтобы быть более конкурентоспособным предприятием на рынке Екатеринбурга. Проанализировав показатели фирмы «КаравайТМ» можно сделать вывод, что данная фирма не плохо закрепилась на рынке досуга, но заработок фирмы не всегда стабилен.

В третьей главе работы было предложено 4 рекомендации, с помощью которых компания сможет выйти на новый уровень, повысить статус предприятия и привлечь новых клиентов.

Было предложено повышать популярность бренда «КаравайТМ с помощью сувенирной продукции», расширять компанию с помощью создания филиалов в других городах (дабы завоевать значительней существенную долю рынка), расширять персонал во времена загруженности (чтобы не терять потенциальных клиентов из-за нехватки кадров), обновить и усовершенствовать сайт. Стимулирование направлено как на фирмы-потребители, так и на клиентов-частные лица.

Таким образом, мне удалось выполнить задачи, которые были поставлены перед ВКР, цель проекта успешно выполнена.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Азоев Г., Старостин В. Персонализированный маркетинг // Маркетинг. -2012. -№5.-С. 38-62-
2. Алексунин В. А. Маркетинг: учебник Издательско-торговая корпорация/ «Дашков и К°», 2016. - 200 с.
3. Аренков И.А., Ченцов В.И. Маркетинговые исследования. / Под ред. проф. Багиева Г.Л. - Л.: ЛОП ВНТОЭ, 1991.
4. Архив журнала Эксперт Урал №7 (316) 18 февраля 2013.
5. В.М.Чижикова и А.Д.Жаркова, Учебное пособие «Культурно-досуговая деятельность 2011. – 233с.
6. Васильев, Г.А. Рекламный маркетинг: Учебное пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 276 с.
7. Генри, А. Маркетинг: Принципы и стратегия. Учебник для вузов / А. Генри - М.: ИНФРА-М., 2005. – 273 с.
8. Головачев А.С. Конкурентоспособность организации/Учебное пособие. — Минск: Выш. шк., 2012. — 319 с.
9. Данько Т.П. Управление маркетингом: Учебник. 3-е изд., перераб. и доп. – М.:ИНФРА-М, 2009. – 363 с
10. Ильин М. Т. Влияние маркетинговой деятельности на конкурентоспособность предприятия/Лаборатория книги, 2010. - 86 с.
11. Карпов А. Л. Конкурентоспособность: тактика и стратегия промышленного предприятия/Омский государственный университет,2009. - 180 с.
12. Кеннеди, Дэн. Секретное оружие маркетолога: найдите ваше уникальное преимущество, превратите его в мощное рекламное сообщение и донесите до правильных клиентов / Дэн Кеннеди; [пер. с англ. А.Яковенко]. - М.: ГИППО, 2012. - 203 с.

13. Климова Э.Н. Пятова Е.Ю. Пути совершенствования системы клиентского сервиса // Тренды развития современного общества: управленческие, правовые, экономические и социальные аспекты: материалы Международной научно-практической конференции. – Курск, 2013. – 0,3 п.л. (авт. – 0,2 п.л.). с. 1
14. Котлер, Ф. Основы маркетинга: краткий курс: [перевод с английского] / Филип Котлер. - Москва [и др.]: Вильямс, 2012. - 488 с.
15. Краковский Ю.М. Сервисная деятельность: Учеб.пособ./под.ред.– М: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Дону: Изд.центр «МарТ», 2006 – 131.
16. Липсиц И.В., Дымшиц М.Н. Основы маркетинга: учебник / И.В Липсиц., М.Н. Дымшиц. – М.: Геотар-Медиа, 2014. – 208 с.
17. Макашева, З.М. Брендинг / З.М. Макашев. - СПб.: Питер, 2014. – 204 с.
18. Маркет Аналитика, Российский рынок развлечений для проведения семейного досуга, 2009. – 111с.
19. Маркетинг [Электронный ресурс] : конспект лекций / сост. Скопина И. В., Бакланова Ю. О., Скопин О. В. - Киров : МЦНИП, 2013. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см.
20. Маркетинг инноваций: закономерности, тенденции и перспективы использования на современных российских предприятиях [Текст] / Е. Н. Скляр ;М-во образования и науки Российской Федерации, Брянский гос. технический ун-т. - Брянск : Изд-во БГТУ, 2013. - 148 с.
21. Мокроносов А.Г., Маврина И.Н. Конкуренция и конкурентоспособность, учебное пособие, 2014.
22. Мур Дж. Вторая космическая. Искусство управления и стратегии будущего. –М.: Манн,Иванов и Фербер, 2012. – 208с
23. Никанорова А.В. Использование мобильного маркетинга как средства стимулирования сбыта // Маркетинг в России и за рубежом. - 2014. - № 4. -С. 18-23

24. Павлова А. А. Качество и конкурентоспособность/Лаборатория книги,2010. - 152 с.
25. Портер Майкл Э. Конкуренция /Москва: Вильямс, 2005. — 608 с.
26. Синяева, И.М. Маркетинг: теория и практика: учеб. для студ. вузов, обуч. по экон. спец. / И.М.Синяева, О.Н.Романенкова. - М.: Юрайт, 2014. - 652 с.
27. Спешников Н.Н. Маркетинг –тренды // Генеральный директор. - 2014. - № 3. - С. 52-56.
28. Старостин В. Клиентоориентированный подход в маркетинговых Интернет-коммуникациях // Маркетинг. - 2012. - № 3. - С. 66-71
29. Финансовый маркетинг: теория и практика [Текст] : учебник для магистров : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / [Артемьева О. А. и др.] ; под. общ. ред. С. В. Карповой ; Финансовый ун-т при Правительстве Российской Федерации. - Москва : Юрайт, 2013. - 424 с.
30. Формирование системы маркетинга персонала на рынке труда : диссертация доктора экономических наук : 08.00.05 / Чашин Владимир Владимирович; [Место защиты: Рост. гос. эконом. ун-т]. - Ростов-на-Дону, 2013. - 380 с.
31. Шкардун, В. А. Оценка готовности предприятия к реализации маркетинговой стратегии / В.А, Шкардун, Т.И. Ахтямов // Маркетинг. – 2001. – № 3. – С.23-26
32. Шульц Д. Е.,. Новая парадигма маркетинга: Интегрированные Маркетинговые Коммуникации // Бренды и брендинг. - 2014. - № 3. - С. 9-12.
33. Портер Майкл Э. Конкуренция /Москва: Вильямс, 2005. — 608 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ
ПРИЛОЖЕНИЕ №1



МОРО
ООО ВОИ
Екатеринбург

Местная Октябрьская Районная
Организация
города Екатеринбурга
Общероссийской Общественной
Организации
«Всероссийского общества инвалидов»

БЛАГОДАРСТВЕННОЕ
ПИСЬМО

МОРО г. Екатеринбурга ООО ВОИ.
Местная Октябрьская Районная Организация
города Екатеринбурга
Общероссийской Общественной Организации
«Всероссийского общества инвалидов»
выражает благодарность

Творческой мастерской «Каравай»
и лично

Генеральному директору
Лемберскому Дмитрию Евгеньевичу

за оказание благотворительной помощи и активное участие
артистов мастерской в организации и проведении
II благотворительного праздника «С ВОИ в Новый Год»
состоявшегося 6-го и 7-го декабря 2014 года, а также в
проведении мероприятий посвященных Новому 2015 Году.

Председатель
МОРО г. Екатеринбурга /  / Ломовцев С.Н.
ООО ВОИ



29 декабря 2014 года



Детский
Творческий
Союз **5+**



ОБЛАСТНОЙ ТЕЛЕВИЗИОННЫЙ ФЕСТИВАЛЬ
“РОДНОЙ УРАЛ-2005”

ДИПЛОМ

Награждается
Лауреат III-ой степени фестиваля
в номинации «Вокальный ансамбль»
Дуэт Дима Лемберский Елисей Теплоухов
Руководитель Сусанова Елена Семеновна

Директор Департамента
по делам молодежи
Свердловской области

О.В.Гущин

г.Екатеринбург, 2005 г.



БЛАГОДАРСПВЕННОЕ ПИСЬМО

МОРО г. Екатеринбурга ООО ВОИ.
Местная Октябрьская Районная Организация
города Екатеринбурга
Общероссийской Общественной Организации
«Всероссийского общества инвалидов»

выражает благодарность

Творческой мастерской "Каравай"
и лично

Генеральному директору
Лемберскому Дмитрию Евгеньевичу

за оказание благотворительной помощи и активное участие
артистов мастерской в организации и проведении
благотворительного праздника "Юная независимость"
состоявшегося 7-го и 8-го июня 2014 года.

Пусть Удача сопутствует во всех начинаниях, Счастье
не покидает дома и Господь хранит людей творящих
дела благие и помогающих нуждающимся.

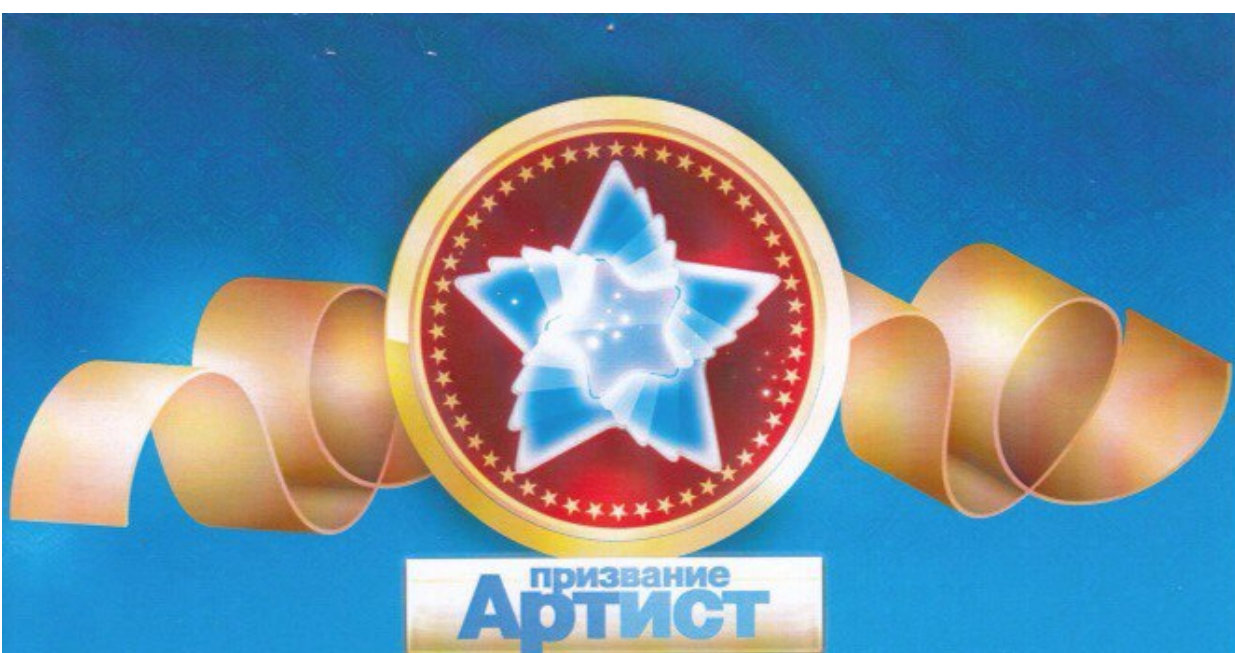
Председатель
МОРО г. Екатеринбурга
ООО ВОИ



[Handwritten signature]

/ Ломовцев С.Н.

10 июня 2014 года



ДИПЛОМ

участника отборочного тура
Уральской региональной премии «Призвание Артист»
г. Екатеринбург, 2015 г.

вручается:

Номинация «Перформанс. Анимация»

Шоу «Автоботы»

от творческой мастерской «Каравай»

руководитель премии
Катерина Васильева



Благодарность

Дирекция

ОАО ХАНТЫ-МАНСКИЙ БАНК

в г.Екатеринбург выражает

БЛАГОДАРНОСТЬ

Генеральному директору

Творческой мастерской "Каравай"

Лемберскому Дмитрию Евгеньевичу

за проведение корпоративного новогоднего
мероприятия.

Желаем творческих успехов, дальнейшего
процветания и побед.

ДИРЕКТОР

ДИРЕКЦИИ В Г.ЕКАТЕРИНБУРГ

15.01.2014 г.



О.Ф.УРМАНОВ

МОРО г. Екатеринбурга ООО ВОИ.
местная Октябрьская районная организация города Екатеринбурга Общероссийской
общественной организации «Всероссийского общества инвалидов» (ВОИ).
ОГРН 1136600004144 ОКПО 27728592 ОКАТО 65401380000
ИНН/КПП 6685994390 / 668501001

Р/сч 40703810213600000014 к/с 30101810800000000756, БИК 046577756,
ОГРН 1026600000460, ИНН 6608003052, КПП 667101001 в ОАО «СКБ-банк»

620075, РОССИЯ.
Свердловская область.
г. Екатеринбург, пр., Ленина 52/2а

контактный телефон: (343) 346-71-75
телефон для справок: (343) 346 -71- 64

Исх. № 04/62 от 10.06.2014

Генеральному директору
Творческой мастерской «Каравай»
Лемберскому Д.М.

Уважаемый Дмитрий Евгеньевич!

Настоящим письмом МОРО г. Екатеринбурга ООО ВОИ, местная Октябрьская районная организация города Екатеринбурга Всероссийского общества инвалидов выражает благодарность Вам, за оказание благотворительной помощи и активное участие Вас и артистов мастерской в организации и проведении организованного нашим Обществом, благотворительного праздника «Юная независимость» состоявшегося 7-го и 8-го июня 2014 года. Благодаря Вашей неоценимой помощи данное мероприятие посетило в общей сложности около полутысячи человек из них более 80% не имеющие физических ограничений люди. Все поставленные цели данного праздника считаем выполнены. От всей души желаем Вам и вашему коллективу творческого долголетия и побед. Пусть Удача сопутствует во всех начинаниях, Счастье не покидает дома и Господь хранит людей творящих дела благие и помогающих нуждающимся.

С уважением

Председатель МОРО г. Екатеринбурга ООО ВОИ



Ломовцев С.Н.

Контактная информация:

e-mail: timesaller@olympus.ru

Телефоны: +7-912-26-92-952, +7-906-801-65-21

ПРИЛОЖЕНИЕ №2

